

Nicole Soames

POSTAW NA SWOIM

Praktyczne sposoby: *jak wywierać wpływ na innych*



POSTAW
NA SWOIM



Nicole Soames

zwierciadło

zwierciadło



dla ambitnych
dla aktywnych
dla zabieganych

Seria dla:

- Ambitnych, którzy wciąż poszukują nowych dróg rozwoju i inspirujących pomysłów
- Aktywnych, którzy ciągle podejmują kolejne wyzwania
- Zabieganych, którzy w krótkim czasie chcą nabyć wiele praktycznych umiejętności

Inne tytuły w serii:

EUREKA! 60 sposobów: jak mieć dobre pomysły Kevin Duncan

Kevin Duncan

OD MYŚLENIA DO OLSNIENIA. 60 diagramów: jak wizualnie rozwiązywać problemy

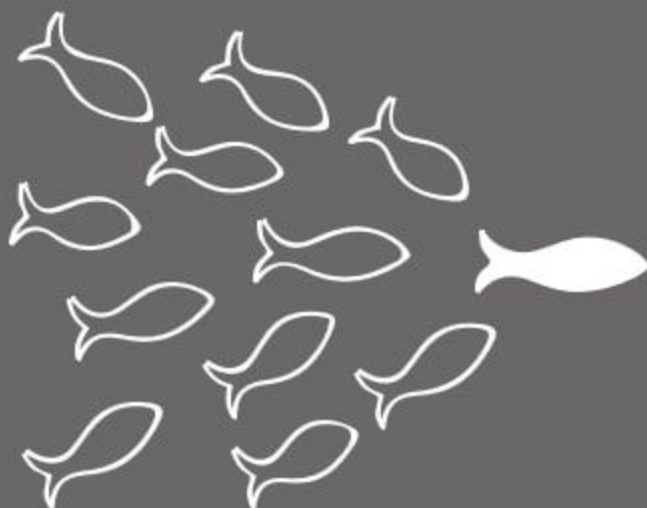
Kevin Duncan

SPIS TREŚCI

WPROWADZENIE. DLACZEGO PERSWAZJA JEST WAŻNA?	1
1. Na czym polega wywieranie wpływu?	3
2. Kiedy wywierać wpływ?	5
3. Jak inteligencja emocjonalna pomaga w perswazji?	7
4. Jak zostać mistrzem perswazji?	10
CZĘŚĆ PIERWSZA. ROZWÓJ PEWNOŚCI SIEBIE	12
1. Potęga inteligencji emocjonalnej i samoświadomości	16
2. Uwolnij wewnętrzną pewność siebie	22
3. Jak być autentycznie sobą?	25
4. Ludzie kupują ludzi	27
CZĘŚĆ DRUGA. NASTAW SIĘ NA SUKCES	32
1. Start z myślą o mecie	36
2. Różne style komunikacji	38
3. Poznaj własny styl komunikacji	45
4. Adaptacja i dostosowanie stylu komunikacji	48
CZĘŚĆ TRZECIA. ZNACZENIE RELACJI	52
1. Co motywuje ludzi?	56
2. Wykorzystanie inteligencji emocjonalnej do zadawania inteligentnych pytań	62
3. Słuchanie z empatią	66
4. Budowa porozumienia	69

CZĘŚĆ CZWARTA. PERSWAZJA PRZEZ NARRACJĘ	72
1. Potęga narracji	75
2. Ludzie kupują <i>dla czego</i> , nie <i>co</i>	77
3. Sprzedaj każdy aspekt propozycji	78
4. Ułatw powiedzenie „tak”	80
5. Zdyscyplinowane podejście	82
CZĘŚĆ PIĄTA. PRZEDSTAWIENIE PERSWAZYJNEJ NARRACJI	90
1. Inteligencja emocjonalna dla pewnej siebie narracji	93
2. Skuteczna sprzedaż perswazyjnej narracji	96
3. Płynna rozmowa	101
CZĘŚĆ SZÓSTA. KONTROLOWANIE ROZMOWY PERSWAZYJNEJ	106
1. Rodzaje interakcji w rozmowach	110
2. Pytania lub stwierdzenia	112
3. Opanowanie taktyki	113
4. Pokonywanie faktycznych problemów	116
5. Zdecydowane zakończenie	120
6. Perswazja przez telefon i e-mail	122
CZĘŚĆ SIÓDMA. GOTOWOŚĆ NA PERSWAZJĘ	126
1. Zasada „plan, realizacja i weryfikacja”	130
2. Podnoś poprzeczkę	132
3. Networking dla sukcesu	134
POLECANE LEKTURY	138
PRZYPISY	140
PODZIĘKOWANIA	141
O AUTORCE	142

WPROWADZENIE



DLACZEGO PERSWAZJA JEST WAŻNA?

Wykorzystaj powyższe informacje do zgromadzenia cennych wskazówek, określ indywidualny profil DISC rozmówcy i zanotuj sobie, czego nie wolno ci robić, co powinieneś zacząć robić i co powinieneś robić nadal, by jak najskuteczniej na niego wpłynąć. W osiągnięciu sukcesu pomoże ci poniższa tabela.

NAZWISKO	STYL	ZACZAĆ	PRZESTAĆ	KONTYNUOWAĆ

Skoro już wiesz, na czym polega model DISC, wykorzystuj go za każdym razem, gdy chcesz na kogoś wpłynąć. DISC pasuje zarówno do sytuacji oficjalnych, jak i prywatnych, i jest naprawdę skuteczny. Jeżeli na przykład jesteś menedżerem, powinieneś być w stanie określić styl komunikacji każdego z członków swojego zespołu, by jak najlepiej ich motywować do działania, rozwoju i zwiększania własnych możliwości. Możesz to osiągnąć poprzez podejmowanie szybkich decyzji w relacjach z D, chwalenie I za ciężką pracę, poświęcenie czasu na przekazanie szczegółowych instrukcji C i celowe uwzględnienie punktu widzenia S. Jeżeli przygotujesz się z wyprzedzeniem, uwzględniś różnice między ludźmi i będziesz mówić ich językiem, natychmiast dostrzeżesz poprawę w swoich relacjach z innymi.

GŁÓWNE WNIOSKI

W tej części omówiliśmy bardzo dużo kwestii. Poniżej znajdziesz krótkie podsumowanie kroków, które musisz podjąć, by skutecznie perswadować:

- ustal precyzyjnie, co chcesz osiągnąć w danej rozmowie, w której wywierasz wpływ,
- zacznij z myślą o mecie – zadaj sobie pytanie, jak druga strona może skorzystać na tej sytuacji,
- wykorzystuj inteligencję emocjonalną, by postawić się w sytuacji rozmówcy – pozwoli ci to ustalić, jak go zmotywować, by zgodził się z tobą,
- przygotuj się na sukces – dokładnie zaplanuj każdą sytuację, w której wpływasz na innych,
- wykorzystuj narzędzie DISC do ustalenia stylu komunikacyjnego rozmówcy i na tej podstawie zaplanuj, jak najlepiej wywrzeć na niego wpływ,
- dzięki samoświadomości określ swój własny styl komunikacyjny i jego wpływ na innych,
- zadaj sobie pytanie, jak się komunikujesz, kiedy masz dobry dzień, a jak, kiedy masz zły – zauważysz, że twój własny styl komunikacji różni się w zależności od sytuacji.

4. POKONYWANIE FAKTYCZNYCH PROBLEMÓW



W ustaleniu, czy twój rozmówca mówi o faktycznych problemach, musisz użyć własnego osądu. Poniżej podaję przykłady faktycznych przyczyn, dla którego odbiorca może dostrzegać problemy, które wiążą się z niektórymi aspektami twojej propozycji: „*Nie mamy obecnie na to budżetu*” czy „*Nie widzę, jak to mogłoby działać w praktyce*” to zupełnie uzasadnione obawy. Realne trudności to pod wieloma względami dobry znak, ponieważ tak naprawdę oznaczają: „*Podoba mi się ten pomysł, ale...*”. Nastrój się więc pozytywnie, uszanuj opinię drugiej osoby i zaakceptuj jej wątpliwości, by móc wywrzeć na niej skuteczny wpływ. W pewnym sobie pokonaniu wszelkich faktycznych problemów czy wątpliwości pomoże ci poniższa czterostopniowa technika.

KROK 1 – SPRECYZUJ PROBLEM

W rozmowie dotyczącej „faktycznego problemu” musisz znaleźć rozwiązanie, by móc zmienić zdanie swojego rozmówcy. Pierwszym krokiem na tej drodze jest pokazanie, że aktywnie go słuchasz. Możesz to osiągnąć przez zadawanie pytań, które sprecyzują wątpliwości rozmówcy, np.: „*Co w tym harmonogramie powoduje pana/pani wątpliwości?*”.

Zadając tego rodzaju pytania, pokazujesz, że cenisz sobie opinię drugiej osoby, a twój rozmówca doceni, że go słuchasz. Być może nawet samodzielnie znajdzie rozwiązanie problemu. Twoją rolą jest ułatwienie tego procesu – w końcu problem, którym się dzielimy, wydaje się dwa razy mniejszy. Im więcej informacji uzyskasz na temat problemu czy wątpliwości, tym większe masz szanse na znalezienie rozwiązania.

KROK 2 – UJAWNIAJ WSZYSTKIE PROBLEMY

Po uporaniu się z pierwszym problemem dobrze jest zapytać, czy twój rozmówca ma jeszcze jakieś inne wątpliwości, z którymi mógłbyś mu pomóc. Zapytaj: „*Czy coś jeszcze pana/panią martwi?*” albo „*Czy gdyby ten czynnik nie był problemem, działalibyśmy dalej?*”. Pomagając rozmówcy zwerbalizować wszystkie zastrzeżenia, zachęcasz go do przemyślenia twojej oferty tu i teraz i otwierasz drzwi do bardziej efektywnego zakończenia. Zanotowanie problemów i wątpliwości rozmówcy pokazuje mu, że go słuchasz, a przy tym okaże się pomocne później, kiedy będziesz gotów, by się z nimi uporać.

KROK 3 – USTAL HIERARCHIĘ PRIORYTETÓW PROBLEMÓW

Skoro już ustaliłeś wszystkie wątpliwości, musisz skłonić rozmówcę, by podzielił się z tobą swoimi potrzebami i wymaganiami w określonej hierarchii. Zaczynaj od uporania się z największym problemem. Zapytaj rozmówcę wprost: „*Która z tych kwestii jest największą przeszkodą, która uniemożliwia panu/pani pójście dalej?*”.

Dzięki temu pytaniu nie będziesz zakładał, że wiesz, który problem jest dla twojego rozmówcy najważniejszy, podczas gdy prawda może być diametralnie inna. Oprzyj się pokusie powtarzania czy odczytywania